



# ŘEČNÍK - 4

*Jak lépe mluvit k lidem*

19. 3. 2018

## JAK ZAUJMOUT NAPOPRVÉ

---

**Zdroj:** Chip Heath, Dan Heath: **Jak zaujmout hned napoprvé. Proč některé nápady okamžitě upoutají a jiné zapadnou.**

### Šest znaků myšlenek, které zaujmou

Při zkoumání stovek úspěšných myšlenek se autoři opakovaně setkávali s následujícími šesti zásadami:

#### **1. Jednoduchost**

Abychom se dobrali k jádru myšlenky, musíme se stát mistry vylučovací metody. Musíme neúnavně stanovovat priority. Cílem není říct něco krátce, ale především zcela výstižně, jak to umí přísloví. Naše myšlenky musí být jednoduché a hluboké zároveň. Zlatým pravidlem je model maximální jednoduchosti: sdělení v jedné větě tak hluboké, aby ho mohl každý člověk dlouhodobě následovat.

#### **2. Nečekanost**

Jak můžeme upoutat pozornost publika ke svým myšlenkám a jak si zajistit zájem lidí, když potřebujeme čas k tomu, abychom svoje myšlenky v klidu představili? Dobrým způsobem je, udělat něco nečekaného, co zcela naruší předpokládaný sled událostí. Můžeme použít překvapení pomocí emoce, která dokáže zvýšit pozornost a soustředění na určité sdělení. Pozor ale, překvapení má jen krátkodobý efekt. Aby působení myšlenky přetrvalo, musíme vzbudit zájem a zvědavost.

### **3. Konkrétnost**

Jak to udělat, aby naše sdělení bylo jasné? K vysvětlování svých myšlenek musíme používat výrazy, kterým lidé dobře rozumějí, kterými probudíme jejich emoce. Myšlenky, které působí přirozeně silně, jsou plné konkrétních obrazů. To proto, že mozek nejlépe uchovává konkrétní údaje právě v podobě obrazů. Příkladem myšlenek, které neztrácejí svou účinnost ani po staletích, jsou přísloví. Abstraktní pravdy jsou v nich převedeny do konkrétní řeči: "Lepší vrabec v hrsti nežli holub na střeše." Chceme-li, aby si každý náš posluchač představil pod našimi slovy stejnou věc, musíme mluvit konkrétně.

### **4. Věrohodnost**

Můžeme nějak přispět k tomu, aby nám lidé uvěřili? V dnešní době musí být myšlenky, které mají zaujmout, samy opatřeny vlastnostmi, které jim usnadní jejich přijetí. Potřebujeme způsob, který lidem umožní si naše myšlenky otestovat. Když si lidé připravují nějakou prezentaci, tak většina instinktivně šáhne po statistikách. V mnoha případech je tento exaktní přístup kontraproduktivní. Ronald Reagan mohl kdysi jako kandidát, citovat v televizní debatě nejrůznější statistiky, dokládající špatný stav ekonomiky, ale místo toho učinil voličům výzvu: "Než půjdete volit, zeptejte se sami sebe, jestli se dnes máte lépe než před čtyřmi lety."

### **5. Emoce**

Jak zajistit, aby se lidé o naše myšlenky zajímali? Nechme je něco pocítit. Výzkumy ukazují, že lidé snáze přispějí darem jednomu potřebnému člověku než celé chudé oblasti. Jsme uzpůsobeni tak, že soucítíme s lidmi, a nikoliv s něčím abstraktním. Někdy je problém najít pro své argumenty tu správnou emoci. Například je obtížné přesvědčit mladé lidi o škodlivosti kouření. Možná bychom uspěli, kdybychom se zaměřili na jejich odpor vůči politice tabákových firem.

### **6. Příběh**

Co můžeme udělat pro to, aby se lidé podle našich myšlenek také chovali? Osvědčeným prvkem je vyprávění příběhů. Naslouchání příběhům je pro lidi něco jako mentální trenažér, který jim pomáhá rychleji a efektivněji reagovat v reálném životě.

*K tomu, abychom používali uvedených šest zásad úspěšných myšlenek, nepotřebujeme, podle autorů, žádné zvláštní znalosti či dovednosti. Většina z nás některé z nich intuitivně používá.*